基于价值链的传统媒体战略转型路径研究

摘　要：随着时代的发展，人们对美好生活的需求不断加强，越来越多的行业迎来了真正意义上的革命。在新媒体的冲击下，传统媒体行业的客服资源不断减少，生存空间大大缩小，为了改变现在的不利处境，战略转型已经是大势所趋。本文在价值链的基础上，对传统媒体的战略转型路径进行了多方面分析，最后总结出了传统媒体在当今时代实现转型的方法以及传统媒体战略转型的现实意义。

关键词：价值链；传统媒体；新媒体；战略转型；现实意义
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）10-013-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.10.001

文 / 任艳玲

1. 价值链的定义以及基本运用

价值链概念首先由迈克尔・波特于 1985 年提出。企业从产品的制造到最后的销售，虽然各不相同但又相互联系，它们构成了一个创造价值的动态过程，即价值链。企业要想生存下去，就要相互竞争，竞争的过程已经不单单是单个环节的竞争，而是企业之间价值链的竞争。价值链的竞争直接体现出企业的生存能力，也能看出企业以后的生存空间。

价值链在企业中是怎样产生作用的呢？价值链反映的是企业在生产制造以及销售过程中，各个环节为企业创造的效益，将它们连起来形成的一条链。企业管理者基于价值链发现企业在产品的制造、销售、售后服务中存在的问题，从而做出相应的调整，可以节约成本，提升客服资源，在不断培养为公司创造巨大效益的员工等方面做出巨大改变，从而为公司创造巨大的经济效益。管理者基于价值链形成的管理模式，可以详细总结为在预测、决策、计划、计量、控制、报告、评价等方面做出优化，从而构建良好的供应链，找到良好合作伙伴，创造良好的业务流程，节约大量的成本，从而实现效益的突飞猛长。

2. 传统媒体的价值链

我国传统媒体类型有多种，其中最为主要的是电视、广播、报纸、杂志。这几种媒体的出现，在过去的时代起到了传播信息的作用。它们将社会的热点话题传播出去，让人们认清世界，同时也给一天繁忙中的人们带来娱乐项目，让人们充满幸福感。所以说，媒体最主要的价值就是可以让人们更好地生活下去。

将媒体的四种传播方式细分，你会发现，它们实现目标的过程其实是大同小异的。从它们的价值链理论来分析，可以发现它们都是关于基本活动中的数据内容的整合、制作，网站的维护与辅助活动中技术研发，这些都是传统媒体实现信息传播的必要过程。数据内容的整合是为了提取出有用的信息，可以简短精简地表达出人们所感兴趣的内容；数据内容的制作，是快速吸引人们的眼球，将人们的目光和思维带入其中，从而将信息传播给广大的人民群众；网站的维护是可以保证人们需要的信息可以长久保存，也可以方便人们随时随地地提取，如果网站不进行定期的维护，就很容易造成信息的丢失和出错，这是媒体在传播信息时不允许的。

价值链理论的产生，让人们认清每项活动给企业带来的价值，让人们知道自己企业应该建立起怎样的核心竞争力，从而让企业可以更好地生存下去。

3. 新媒体对传统媒体的冲击

3.1 新媒体的出现

新媒体的出现，是科技不断发展的时代产物。新媒体是一个广泛的概念，它利用数字技术和网络技术，以物联网、宽带局域网、无线通信网为基础，通过手机、电脑、数字电视等向用户提供娱乐服务项目和信息的传播形式。

3.2 剖析新媒体的价值链

新媒体是人类智慧的结晶，是人们不断快速接受信息的新方式。过去的人们在固定的时间、固定的地点获得信息。然而现在，新媒体的出现使人们可以随时随地看到信息，新媒体的信息传播速度是传统媒体几倍。新媒体通过无线网络，可以快速地将视频、图片、文字三者结合成一个文章，将信息快速地给人们呈现在眼前，这种方式使新媒体的活动成本低，并且产生的效果更好。

新媒体的出现，不仅改变了信息的传播速度，同时也改变了人们的生活娱乐方式。尤其是智能手机的出现，使得新媒体行业发展得到突飞猛进，同时也改变了人们

以前的生活娱乐方式。大家通过智能手机，可以看书、看电视、看新闻等，这种方式也使得新媒体行业在客户资源上有了巨大的提升，可以快速建立起属于自己的客户圈子，这是传统媒体行业没有办法相比的。

比起传统媒体价值链，新媒体的价值链在当代可以创造出更大的经济效益。新媒体不需要传统媒体的多种工具，它需要的只有办公楼。人们在办公楼中，用电脑制造出符合当代人们口味的信息，从而创造效益。这种方式使得新媒体成本低、效率快。同时他的价值链也显得更短，容易让管理人员发现在效益的创造中出现的问题，从而进行针对性的改变。这种价值链的产生使新媒体企业可以拥有强大的核心竞争力，可以在当今这个社会更好地生存下去。

3.4 传统媒体价值链的优势

传统媒体存在多年，在人们心目中早已经根深蒂固。我们不难发现，即使在新媒体如日中天的当今，人们还是时不时会买一份报纸或者周刊，还是在固定的时间听着广播新闻，这早已经成为了中国人的生活方式，这表明了传统媒体在当代仍然有着大量的消费人员，有着可以继续发展的空间。

传统媒体经营多年，不仅积累了大量的人力物力资源、丰富的经验，同时也形成了完善的电网资源，更重要的是有着良好口碑的品牌资源。这些都是新媒体所不具有的，传统媒体要想在当今得到新一轮的发展，那么合理地使用这些资源是不可或缺的。

虽然传统媒体的优势很明显，但是它的劣势也显而易见。传统媒体在信息传播的过程中，需要经过多次活动，这就造成了传统媒体价值链的复杂性。价值链的复杂程度，一方面会给企业的生产制造加大成本，另一方面也会给企业的管理者带来更大的压力。活动的增多，意味着产品出售的价格更高，如果没有特色吸引读者，那么将很难创造效益，随之导致的是企业的生存空间大大减少。同时，价值链的复杂让管理者不易发现企业活动中出现的问题，或者很难在决策方面做出正确的决定。所以，传统媒体要想更好的发展，对价值链的研究是必不可少的。

4. 传统媒体的战略转型

传统媒体的转型，已经是形势所趋。传统媒体实施转型，不仅要保留传统媒体的固有优势，还要不断创造出新的东西，从而让传统媒体可以拥有新鲜的血液，从而焕发出勃勃生机。

基于传统媒体的价值链，我们不难发现传统媒体的优势有人力物力资源、电网资源和良好的品牌资源，这些资源都不是新媒体所拥有的。在有效利用这些资源的同时发展新东西，使传统媒体的价值链更符合当代企业的发展是重中之重。

4.1 注重品牌效应

我们想象一下，如果传统媒体利用自身固有的品牌资源宣传一件事，一定会有很多人选择相信事情的可靠性。这就是品牌的效应，它具有很大的能量。品牌可以说是一种无形的资产，这种无形的资产是日积月累的，而不是一朝一夕形成的。网络媒体只是最近才兴起的，是被很多人所不熟知的，再加上网络媒体没有权威性且不严谨，这就导致了网络媒体的消费能力有限。反观传统媒体，它不仅严谨、具有权威性，而且还具有品牌效应，因此它具有固定的消费人群。所以，传统媒体应该注重保护品牌，让品牌效应为传统媒体走出转型的第一步。

4.2 提升传统媒体的多元化

传统媒体之所以要变革，是因为它具有一定的单一性。以前的传统媒体只有传播信息的作用，仅仅依靠广告收入，反观新媒体，它会根据人们浏览的需要，适当地弹出人们可能需要的东西，这种方式不仅方便了人们的生活需求，而且很多时候也给了消费者一定的好感。我们仔细分析，这种方式不仅提高了自身的利润，而且还起到大量浏览的作用，这很大程度上增加了自身的生存空间。传统媒体如果构建一个良好的平台，在平台上，人们不仅可以获得自己所需要的传统媒体的信息内容，还可以参加平台所举办的精彩活动，例如消费、购物、出版自己作品等。这种多元化的方式，不仅可以让人们更加喜爱这个平台，而且也极大地提升了传统媒体的生存能力。多元化的方式，不仅随时可以增加新的东西，而且还可以舍去那些过时的东西，让平台始终呈现出一副生机勃勃的画面。

4.3 加强自身信息资源的整合能力

信息的传播，要形象生动，呈现多样化，要吸引读者的目光，要具有真实可靠性。这些要素要想达到，必须要具有很强的信息整合能力。当我们获取大量资源时，往往得到的是杂乱无章或者异常大量的信息。当我们拿到这些信息时，必须要有很强的能力进行处理，才能从海量的信息中得到有用的信息，再根据合理性编辑出真实可靠的信息，从而发表出去，并且让人们知道这是第一时间发表出去的，从而让接受到信息的人们可以第一时间快速的得到信息。生动形象的言辞，是使读者继续读下去的必要条件；真实可靠是保证传统媒体长期发展的重要条件；多样化可以增加文章的流量，就是让不同的人群都觉得文章具有可读性。那么资源整合能力的重要性已经在上述中体现了。那么如何提升资源整合能力呢？具有资源整合能力的人才是解决问题的唯一途径。他们不仅具有良好的分析能力、把握全局的能力，而且自身的综合能力也是一般人不能相比的，将这类人才留下来，不仅能使传统媒体具有了一定的提升空间，而且对未来的战略转型路径选择很大的影响。

4.4 合作与沟通

合作与沟通无论在哪个行业，都是让自身快速发展

的可选之道。传统媒体可以与新媒体行业进行沟通，双方在部分领域可以达成一定的合作意向，这对双方来说都有一定的好处。传统媒体在双方合作的过程中，可以复制新媒体的发展方法，创造属于自己的新媒体产业，将属于传统媒体的优势用于新媒体，尝试发展新媒体与传统媒体结合的新型产业，从而使传统媒体可以走出一条属于自己的发展新路径。传统媒体要舍去单一的经营渠道和利润收入，比如，可以将传统媒体长期积累的政治资源优势和品牌优势运用到文化产业、创意产业园区、养老保健等产业中，真正将品牌价值转化为可见的利润。这些都可以在合作中得到实现。在与别人的交流中，也可以发现自身的不足和缺陷，在未来的发展中，这些都可以起很大的助力作用。

4.5 建立良好的企业管理模式

传统媒体大多也是以企业的方式存在的，所以说要想传统媒体能够得到更好的发展，优化企业管理模式迫在眉睫。企业的管理者一定要熟知企业的价值链，从价值链出发，减少支出大于收入的活动，从而节约成本，让企业可以拿出更多的钱干有意义的事。企业的管理人员不是一朝一夕就能找到的，很多都是本公司大力培养的，所以说要实施有效的政策，培养更多愿意全心全意为公司创造效益的人才。良好的管理模式，是一定要做到公平、公正、公开，这是深入人心得三条准则，也是拉拢人心的重要手段。公司保证了公平，公司人员就愿意为公司做更多的事，因为他相信会得到更多的回报；公正地处理每一件事情，在公司中树立一股良好的风气，让员工不再有着为自己谋取利益而不顾公司利益的事情发生；公开每一件事情，让很多的人愿意投入到为公司谋取长远发展的计划中，使得公司有不断创新的可能。

良好的企业管理模式，是企业长久发展的关键，是引领企业走向新高度的根基。

5. 战略转型的现实意义

传统媒体的转型，不仅是时代的需要，也是人们的迫切需求。在信息快速膨胀的当今，越来越多的人不顾他人的利益，编造出夺人眼球的虚假信息，这些信息的传播，轻则危害个人的利益，重则会扰乱社会的治安。所以说，真实可靠的信息在当下是非常有必要的。现在社会信息的正确性是保证人们安居乐业的基础。

传统媒体的职责，就是在新媒体的冲击下站稳脚跟，继续将真实可靠的信息带给人们，让人们第一时间了解到事情的真相。也要担任起传播正能量、传播传统文化的时代使命，使更多的人感受到中国快速发展给人民所带来的幸福感。

结语

新媒体的兴起，给传统媒体行业带来了很大的冲击，让传统媒体不得不做出一番改变。改变不是意味着要舍弃自身所有的东西，而是在原有的基础上保留有用的东西，汲取现代新的理念和方法。基于价值链的转型是传统媒体发展的关键，是快速改变传统媒体原先面貌的利刃。传统媒体在当今要想发展下去，一定要正视自身的缺陷，不能墨守成规，深入透彻地分析现在自身发展所面临的问题，迎难而上，结合自身优势，创造出有用的战略转型方法，从而解决问题，实现转型，只有这样才能迎来更好的发展。媒

参考文献

[1] 李晓，王斯敏，姚同伟，蒋新军，王佳 . 项目团队光明日报全媒体记者向全球价值链高端攀升，中国在行动 [N]. 光明日报，2019-08-13，008.

[2] 耿晔强，白力芳 . 人力资本结构高级化、研发强度与制造业全球价值链升级 [J]. 世界经济研究，1-15.

[3] 孙海荣 . 高质量发展视阈下移动新媒体产业的生态演化与创新路径 [J]. 理论月刊，2019：122-130.

[4] 刘娜 . 中南出版传媒价值链创新探究 [C]. 上海：上海师范大学，2019.

[5] 黄楚新，闫文瑞 . 智能互联时代媒体融合新模式："媒体＋电商" [J]. 新闻论坛，2018：31-34.

[6] 刘路遥 . 数字新媒体时代中国传统连环画艺术样式的传承与发展 [J]. 出版广角，2019：87-89.

[7] 羊芳明，段飞，李颖琪，陈思仪，耿欣佳 . 以微信矩阵为例的新媒体环境下科普传播模式的创新研究 [J]. 科技创新与应用，2019，279，48-50，53.

[8] 潘文卿，娄莹，李宏彬 . 价值链贸易与经济周期的联动：国际规律及中国经验 [J]. 经济研究，2015，50，578，22-35.

[9] 张允，周晶 . 供给侧改革视角下新媒体与传统媒体渠道融合之路 [J]. 学术论坛，2016，39，311，145-150.

（作者单位：北京天海京视传媒有限公司）